

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di destinasi wisata Jawa Timur tepatnya di Malang Night Paradise, yang beralamat di Jl. Graha Kencana Raya Jl. Raya Karanglo No.66, Karanglo, Balarjosari, Kec. Blimbing, Malang, jawa timur 65126.

B. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya dapat diketahui bahwa penelitian ini berusaha untuk mendapatkan informasi lengkap mengenai pengaruh *destination brand Image* terhadap *revisit intention* yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung. Selain itu, juga untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya maka dipilih jenis penelitian *explanatory* dengan pendekatan kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2014), *explanatory research* merupakan penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan dari setiap variabel yang akan diteliti dan juga pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini memiliki hasil yang akan menjelaskan mengenai hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis

C. Populasi dan Teknik Penentuan Sampel

a. Populasi

Ferdinand (2014) menyatakan bahwa populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa (Ferdinand, 2014). Populasi yang digunakan

dalam penelitian ini adalah pengunjung destinasi wisata Malang Night Paradise sebelum masa *new normal* pandemi covid-19.

b. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi yang ada, dimana terdiri dari beberapa anggota populasi. Penetapan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini, menggunakan rumus Ferdinand (2014), yaitu:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

Keterangan:

n: jumlah sampel

Pada penelitian ini terdapat 13 indikator dan dipilih angka 9 sebagai angka pengalinya, maka dapat ditentukan sampel penelitian yang berjumlah:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

$$n = 12 \times 9$$

$$n = 108$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 108 responden, namun akan dibulatkan menjadi 110 responden.

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

1. Pengunjung yang pernah berkunjung ke destinasi wisata Malang Night Paradise pertama kali.
2. Rentang usia 17-45, karena pengunjung destinasi wisata Malang Night Paradise yang memiliki rentang usia tersebut dianggap dapat memberikan informasi dibutuhkan oleh peneliti, serta dapat

menguasai atau memahami pengisian angket dan terlibat dengan kegiatan yang tengah diteliti (Sugiyono, 2017).

3. Pengunjung malang night paradise yang pernah mengunjungi wahana Taman Dinosaur dan Magic Journey yang merupakan wahana terfavorit versi mahasiswa yang di kutip media sosial (Instagram Malang Night Paradise).

c. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2010) *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dirasa cocok dengan kriteria yang dibutuhkan sebagai sumber data.

Pencarian responden dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara melihat akun Malang night paradise dan mencari seseorang yang pernah berkunjung serta mengupload fotonya ke instagram malang night paradise serta juga menyebarkan ke Story Instagram peneliti.

selanjutnya akan dilihat dan diisi oleh followers, serta link kuesioner akan di tempatkan pada link bio instagram peneliti. kuesioner akan diisi oleh responden yang memiliki kriteria yang sudah di sebutkan sebelumnya,

D. Definisi Operasional

Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Penelitian Terdahulu

No	Definisi konsep	Definisi operasional	Indikator
1	<p><i>Destination Brand Image</i> adalah persepsi, gambaran, pengetahuan seseorang atas suatu objek wisata yang terbentuk atas informasi dari berbagai sumber yang akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dimasa yang dari berbagai sumber yang akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas wisatawan dimasa yang akan datang.</p> <p>(Paludi, 2015)</p>	<p><i>Destination brand image</i> Adalah Presepsi, gambaran seseorang untuk menerima, mengat ur dan menginterpretasikan informasi guna menciptakan gambaran pada destinasi Malang Night Paradise</p>	<p>Coban (2012) mengukur citra kognitif :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Atraksi wisata (<i>touristy traditions</i>) b) Fasilitas dasar (<i>basic facilities</i>) c) Aksebilitas dan substruktur pariwisata (<i>touristy substructures and access</i>) d) Lingkungan alam (<i>natural environment</i>) <p>Aviolitasaona (2017) mengukur citra afektif :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Destinasi wisata yang menyenangkan b) Keamanan destinasi wisata
2	<p><i>Revisit intention</i> merupakan bentuk dari perilaku niat (<i>behavioral intention</i>) atau keinginan pelanggan untuk datang kembali.</p> <p>(Zeithaml, 2018)</p>	<p><i>Revisit intention</i> adalah keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali dan menikmati kembali wahana yang ada pada destinasi wisata Malang Night Paradise</p>	<p>(Zeithaml <i>et al.</i>, dalam Al baroroh 2019)</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Kesiediaan konsumen untuk berkunjung lagi. b) Kesiediaan konsumen untuk menempatkan tempat wisata menjadi prioritas. c) Kesiediaan konsumen untuk mengajak orang lain berkunjung ke tempat wisata tersebut d) Kesiediaan pengunjung untuk menceritakan pengalaman tentang destinasi wisata.
3	<p>Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang atau respon dari konsumen dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan</p>	<p>Kepuasan adalah respon pengunjung setelah mengevaluasi harapan sebelum</p>	<p>Menurut Quintal dan Polczynski, (2012) indikator dari kepuasan wisatawan meliputi :</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Sesuai dengan ekspektasi.

No .	Definisi konsep	Definisi operasional	Indikator
	atau ekspektasi. Kepuasan wisatawan adalah hasil interaksi antara pengalaman dan ekspektasi wisatawan sebelum dan sesudah merasakan suatu produk atau layanan (Kalebos, 2016)	berkunjung dengan kinerja wahana yang dirasakan pada destinasi wisata Malang Night Paradise	b) Menikmati kunjungan. Menurut Ming Fang (2011) - <i>Comparison</i> Menurut kotler (2009) - Memberikan komentar positif

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan data sekunder, dimana data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan membagikan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang berkaitan *Destination* dengan *brand image*, *Revisit intention*, dan kepuasan pengunjung kepada pengunjung destinasi wisata Malang Night Paradise.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan kuesioner secara online <https://forms.gle/w4fXfUS7cuiPide87> kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden (Sugiyono, 2017). Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu dengan penyebaran secara *online* dan secara langsung di destinasi wisata Malang Night Paradise.

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala likert, di mana skala ini menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju suatu objek dan untuk

mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok. Menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur lalu dijabarkan menjadi indikator variabel. Skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, seperti sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Skor/nilai
SS (Sangat setuju)	4
S (Setuju)	3
TS (Tidak setuju)	2
STS (Sangat tidak setuju)	1

Sumber: Sugiyono, 2018

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu daftar pertanyaan (kuesioner). Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Penelitian ini menguji validitas dengan menggunakan analisis *Pearson Correlation* dan *Coreccted Item Ttal Corrected* dalam SPSS. Adapun dasar penentuan dalam uji validitas, yaitu:

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dapat menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$\text{we}\tau_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

τ_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian Total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *alpha cronbach* pada variabel $\geq 0,7$ maka variabel dikatakan reliabel.
- b. Apabila nilai *alpha cronbach* pada variabel $\leq 0,7$ maka, variabel dikatakan tidak reliabel.

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017) Analisis data merupakan proses untuk mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

1. Analisis Angka Indeks

Untuk mengetahui persepsi responden tentang variabel yang diteliti, dapat digunakan distribusi frekuensi jawaban responden dengan kriteria

interpretasi. Dimana kriteria tersebut menggunakan skor 1 sampai dengan 5 dan angka indeks dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 dimana dalam distribusi frekuensi jawaban responden menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*). Kriteria interpretasi angka indeks dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai Indeks

No.	Nilai Indeks	Interpretasi
1.	10 sampai dengan 40	Rendah
2.	40,01 sampai dengan 70	Sedang
3.	70,01 sampai dengan 100	Tinggi

Sumber: Ferdinand (2014)

Nilai indeks variabel dapat dihitung dengan cara menjumlahkan nilai indeks per-indikator, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks Variabel (NIV)} = (\text{Indeks Indikator 1}) + (\text{Indeks Indikator 2}).. \\ \dots\dots + (\text{Indeks Indikator ke n}) / n$$

Nilai indeks dari indikator berasal dari perkalian antara skor penilaian responden, dikalikan dengan nilai presentasi jumlah responden yang memilih setiap item pernyataan. Penelitian ini menggunakan rentang skor 1 sampai 4, dimana skor 1 menggambarkan “Sangat Tidak Setuju”, dan skor 4 mencerminkan “Sangat Setuju”, maka contoh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks Variabel (NII) I1} = (\% \text{frekuensi I}_{1.1} \times \text{skor1}) \dots\dots + (\% \text{frekuensi} \\ \text{I}_{1.4} \times \text{skor 4})$$

Keterangan:

% frekuensi I1.1 = Presentase responden yang memilih skor 1 pada indikator

% frekuensi I1.4 = Presentase responden yang memilih skor 4 pada indikator

Skor jawaban = 1 sampai dengan 4.

2. Analisis Partial Least Square (PLS)

Penelitian ini dianalisis dengan teknik *Analisis Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 yang digunakan untuk menganalisis hubungan satu set blok variabel. keunggulan PLS adalah data yang digunakan tidak harus terdistribusi normal multivariate, ukuran sampel tidak harus besar dan tidak hanya digunakan untuk mengkonfirmasi teori namun juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan dan memprediksi hubungan antar konstruk destination brand image, kepuasan wisatawan dan revisit intention.

analisis data *Analisis Partikal Least Square* (PLS) yaitu sebagai berikut:

a. Model pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*Outer Model*) digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrument. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument peneltian dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam instrument penelitian. Berikut penjelasan mengenai konsumen uji validitas dan reliabilitas daam model pengukuran PLS:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu pernyataan, suatu pernyataan dikatakan valid jika pernyataan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang seharusnya diukur melalui kuesioner. Pada PLS uji validitas terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan penjelasnya sebagai berikut:

i. Validitas Konvergen

Merupakan pengukuran model yang berprinsip bahwa pengukur-pengukur (indikator) dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan nilai *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk.

Beberapa literature mengatakan bahwa standar *loading factor* untuk validitas konvergen adalah 0,5, namun nilai yang diharapkan $>0,7$ karena semakin tinggi *loading factor* maka semakin tinggi peras factor dalam menginterpretasi matrik faktor. Parameter yang digunakan dalam uji validitas konvergen yaitu memiliki nilai *loading factor* lebih dari 0,7 dan AVE lebih dari 0,5.

Nilai *loading factor* merupakan suatu koefisien yang menerangkan tingkat hubungan indikator dengan variabel latennya. Nilai *loading factor* didapatkan dari hasil *outer loading* yang ada pada perhitungan outer model. Nilai AVE menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel yang dapat dikandung oleh konstruk lainnya.

d. Variabel Diskriminan

Merupakan pengukur model yang berprinsip bahwa pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi. Validitas diskriminan dinilai berdasarkan nilai cross loading indikator dengan konstruknya. Metode lain untuk menilai validitas diskriminan yaitu dengan membandingkan akar AVE setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya.

Model mempunyai validitas diskriminan yang cukup jika akar AVE setiap konstruk lebih besar dari korelasi antara konstruknya dengan konstruk lainnya. Parameter yang digunakan yaitu nilai *cross loading* lebih dari 0,7 dalam satu variabel atau dapat menggunakan akar AVE lebih besar dari korelasi variabel laten.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi dan ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan metode *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk sedangkan *composite reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya dari reliabilitas suatu konstruk.

b. Model pengukuran (*inner model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi menggunakan R^2 untuk konstruk dependen, nilai koefisien *path* atau *t-values* tiap path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Meskipun demikian R^2 bukanlah parameter absolut untuk mengukur ketepatan model prediksi, karena dasar hubungan teoretis adalah parameter yang paling utama untuk menjelaskan hubungan kausalitas tersebut.

Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai koefisien *path* atau *inner model* yang ditunjukkan oleh nilai *t*-statistik harus diatas 1,96 dan *p* value harus kurang dari 0,05. *T*-statistik merupakan tingkat keberartian pengaruh regresi antar variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan untuk menguji hipotesis diterima atau ditolak. *P* value merupakan nilai kesalahan yang didapatkan peneliti dari hasil perhitungan statistic.

J. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel penyebab terhadap variabel akibat yang dilihat dari nilai *path coefficient*. Menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan batas ketidakakuratan sebesar 5% atau 0,05 yang menghasilkan nilai *t* tabel 1,96 sehingga:

1. Jika nilai t-statistik $< 1,96$ serta p value $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika nilai t-statistik $> 1,96$ serta p value $> ,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

K. Hasil Uji Instrumen

Uji instrumen adalah sebuah pengujian yang dilakukan pada kuesioner yang disebar kepada responden untuk mengisi pernyataan . uji intrumen terdiri dari uji validitas dan reabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner dalam pengumpulan data. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *bivariate pearson* dengan alat bantu program SPSS. Indikator dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Hal sebaliknya, apabila indikator variabel dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5%. Berikut hasil uji validitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas *Destination Brand Image*(X), Kepuasan
Pengunjung (M), *Revisit Intention* (Y)

No.	Indikator	Tingkat Sig.	r Hitung	r Tabel	Ket.
Destination Brand Image (X)	X1	0,05	0,747	0,186	Valid
	X2	0,05	0,823		Valid
	X3	0,05	0,870		Valid
	X4	0,05	0,930		Valid
	X5	0,05	0,782		Valid
	X6	0,05	0,896		Valid
Kepuasan Pengunjung (M)	M1	0,05	0,859	0,186	Valid
	M2	0,05	0,899		Valid
	M3	0,05	0,839		Valid
	M4	0,05	0,836		Valid
Revisit Intention (Y)	Y1	0,05	0,872	0,186	Valid
	Y2	0,05	0,871		Valid
	Y3	0,05	0,915		Valid
	Y4	0,05	0,899		Valid

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas, seluruh pernyataan menunjukkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi *alpha* 5 persen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Destination Brand Image (X)	6	0,913	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (M)	4	0,879	Reliabel
Revisit Intention (Y)	4	0,908	Reliabel

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas pada variabel *destination brand image*, kepuasan pengunjung dan *revisit intention* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* yang lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah mampu memenuhi syarat konsistensi maupun keandalan data.

